

Marzo 2013
edición 5
vol 5.

pág 23-28

LOS ECO BUSINESS: EL PRESENTE Y FUTURO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

THE ECO BUSINESS: THE PRESENT AND FUTURE OF INTERNATIONAL BUSINESS

Jorge Enrique Rodríguez Guevara¹ // Master (c) en Administración y Dirección de Negocios MBA. Especialista Tecnológico en Comercio Electrónico. Especialista en Fronteras y Relaciones Internacionales. Economista.
jorgenrog@yahoo.es

Resumen

El artículo busca describir lo que son los eco negocios en la actualidad, y su potencial en los mercados futuros. Para esta propuesta se desarrollan tres objetivos específicos: el primero iniciando con contextualizar los eco negocios y su importancia en el entorno global; el segundo, identificar experiencias significativas en los eco negocios internacionales, una mirada desde las tendencias de la oferta global, y desde las tendencias del comportamiento del consumidor. Un tercer objetivo, ilustrar la necesidad del comercio justo en la economía internacional, y la identificación de organizaciones que la promueven; por último, conclusiones y recomendaciones que permitan ampliar el análisis de los negocios internacionales y su tendencia.

Palabras clave

Demanda, economía, mercado, negocios, organización.

Abstract

The article seeks to describe what the eco business is today, and the future markets potential. For this proposal we develop three specific objectives, starting with eco contextualize business and its importance in the global environment, and second, to identify significant experiences in international business ecosystems, a view from the trends of global supply, and from behavioral trends in the consumer. A third objective; is to illustrate the need for fair trade in the international economy, and identifying organizations that promote it, and finally, conclusions and recommendations to extend the analysis of international business and its trend.

Keywords

Demand, economy, markets, business, organization.

LOS ECO BUSINESS: EL PRESENTE Y FUTURO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Introducción

- Los eco negocios y su importancia en el entorno global

TheStory of Stuff ("La Historia de las Cosas") es un polémico corto-documental animado sobre el ciclo de vida de los bienes materiales. El documental es crítico sobre el consumismo excesivo y promueve la "sostenibilidad": el equilibrio de nuestra especie con los recursos de nuestro entorno. Este reto del tercer milenio, que va de la mano con los Objetivos del Milenio planteados por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), implica un cambio en la mentalidad de los empresarios y de los banqueros, así como de nuevos procedimientos para superar los riesgos ambientales del negocio y convertirlos en oportunidades.

Para contextualizar los eco negocios y la forma como se identifican sus oportunidades, se deben describir los siguientes instrumentos:

Tabla 1. Instrumentos de eco gestión

Nombre Instrumento	Objetivo Instrumento
Zonificación ecológica económica	Informar sobre los bienes y servicios que los ecosistemas ofrecen.
Estudios de impacto ambiental	Cuantificar y cualificar los efectos de una actividad económica.
Análisis de ciclo de vida	Cuantificar y cualificar el proceso de producción de un determinado bien o servicio.
Reportes ambientales	Medir la evolución de la gestión ambiental de la empresa.
Sistemas de gestión ambiental	Reportar la forma cómo la empresa enfrenta de manera sistemática la variable ambiental.
Sistemas geográficos de información	Informar sobre el tamaño de un ecosistema y su dinámica.
Eco-balances	Informar sobre la gestión de la materia-energía en la empresa.

Fuente: Propia

Existen otros instrumentos de eco gestión, que permiten concluir que los estudios de mercado, flujos de caja, balances financieros son netamente insuficientes para evaluar la sostenibilidad de un negocio ó para identificar un eco negocio. De esta forma, se mide la competitividad a través de la sustentabilidad de las organizaciones.

Contenido

- Experiencias significativas en los eco negocios internacionales.

Muchos negocios desaparecerán en el siglo XXI, de la forma como los conocemos actualmente, por cuestiones ambientales. Por ejemplo, a partir del 2013 las grandes marcas mundiales lanzarán en forma masiva autos con motores híbridos (motores eléctricos, de combustión, de células fotovoltaicas), hechos con carrocería ligera (titanio, magnesio, carbón).

El “Mini CAT” es un auto que funciona con aire, es un revolucionario dispositivo el cual utiliza aire comprimido para empujar los pistones y hacer que el vehículo avance.

De esta manera, el nuevo auto, no contaminará el ambiente, será eficiente (bajo peso y alto rendimiento por litro) y su precio será competitivo. Este es un claro ejemplo, de cómo grandes corporaciones ya utilizan criterios ambientales para identificar oportunidades de negocios y asegurar su supervivencia en el mercado.

Sin embargo, estas experiencias significativas no son exclusivas de los países desarrollados y de las grandes corporaciones; en América Latina encontramos una tendencia marcada hacia los eco negocios, y es precisamente el caso de Nicaragua. Uno de ellos a resaltar. Reyna Rodríguez Pavón, maneja la empresa “Reciclaje y Negocios Internacionales S.A. o simplemente RENISA, se encarga de reciclar y también de enseñar a hacerlo, es una de las empresas nicaragüenses más versátiles en reciclaje.

Estos esfuerzos en la reunión de desechos reciclables le han dado buenos resultados: En promedio, Rodríguez recibe 120 toneladas de cartón, 300 toneladas de papel, 40 toneladas de plástico, 20 toneladas de vidrio, 20 ó 25 toneladas de metales no ferrosos, la mayor parte de este aluminio y otras 20 toneladas de chatarra. ¿Es sólo basura? Ella confiesa que esa basura le deja un ingreso de 120 mil dólares mensuales.

Figura 1. Planta de acopio de reciclaje



Fuente: Tomada del artículo de la Jornada Veracruz: “DIF, Sedema y BioPappel diseñan estrategia de reciclaje” Fotografía disponible en Internet en <http://www.jornadaveracruz.com.mx>

El reciclaje es un negocio rentable en Nicaragua, pues sostiene que cada nicaragüense produce un promedio diario de 0.5 kilogramos de basura y que ese promedio aumenta a 0.75 kilogramos en la capital. “En total son 3 mil 500 toneladas de basura al día, de las que el 70 por ciento son desechos aptos para el reciclaje, pero sólo se aprovecha el ocho por ciento. Si hubieran incentivos, concientización y mayor educación sobre el reciclaje todos ganaríamos”.

Si esto es posible en un país donde la población aproximada es de 5.727.707 habitantes y un ingreso per cápita de USD\$ 3.200, como lo es Nicaragua, ¿cuál será la oportunidad para este tipo de eco negocios en un país como Colombia con una población aproximada de 46.581.823 habitantes y un ingreso per cápita de USD\$ 10.100? En el mundo, como mega tendencia se identifica la búsqueda de oportunidades en materia de energía renovable, denominada ésta a la energía que se obtiene de fuentes naturales virtualmente inagotables, unas por la inmensa cantidad de energía que contienen, y otras porque son capaces de regenerarse por medios naturales.

En Colombia, existen varias experiencias basadas en aportar a mitigar el gasto de estas energías no renovables, una de ellas la identificamos con Interplásticos Colombia. La tecnología utilizada es la de los Aditivos Plásticos Totalmente Degradables (TDPA™) acelera la rata a la cual los plásticos convencionales se degradan; los productos plásticos que incorporan aditivos TDPA™ se desintegran y finalmente se biodegradan bajo condiciones normales de desecho de los productos.

Así pues, una empresa es socialmente responsable cuando se inicia un proceso de transformación en su forma de hacer negocios e incorporar en su planificación estratégica la demanda de los diferentes públicos con los que se relaciona. “Hoy en día, las prácticas sostenibles ya no son opcionales y se han convertido en una necesidad para la continuidad de los negocios para la mayoría de las empresas”, dice Ricardo Guggisberg, fundador y organizador del evento: San Pablo, ECO Business 2010 – Feria y Congreso Internacional de Eco Negocios y Sustentabilidad.

A su vez, la transformación no se da sólo desde la oferta, la demanda es el motor que encamina el comportamiento del consumidor, hacia un crecimiento del mercado de productos orgánicos y ecológicos, y éstos se dan con productos certificados, con una propensión marginal al consumo cada vez mayor en Europa, constituyéndose en una excelente oportunidad para los productores y comercializadores de estos productos en Latinoamérica, pero dependen de que tan rápido puedan lograr una producción exportadora y de que reciban los incentivos necesarios de sus países para lograr crecer en presencia en Europa. Todo lo anterior no es posible, si en la economía mundial, no se trabaja en disminuir la brecha de los países ricos y pobres, y el mejor camino es incorporando en los eco negocios internacionales, un modelo de comercio justo, apoyado en mecanismos que incentiven dichos modelos de negocios.

- El Comercio justo y los mecanismos que promueven los eco negocios en la economía internacional



Es un comercio diferente al comercio convencional, que se basa en la justicia social, calidad de producto y el cuidado de la naturaleza. Fomenta una vinculación directa y de largo plazo entre pequeños productores y consumidores y contribuye a la construcción de un modelo de desarrollo sustentable y solidario.

En el comercio justo, los productores obtienen un ingreso digno y estable que impulsa sus propios procesos de desarrollo económico, social y cultural. Por otro lado, los consumidores reciben un producto de calidad certificada, elaborado con respeto a la salud y cuidado a la naturaleza. (Concepto tomado de Comercio Justo en México, disponible en la página web <http://www.comerciojusto.com.mx/>). Son precisamente estos temas los que, algunas instituciones financieras en el mundo, empiezan a jugar un papel fundamental en el desarrollo sostenible.

La World Resources Institute y el Center for Social and Environmental Accounting Research at Dundee University están trabajando en la contabilidad verde; los sistemas de clasificación de riesgo ambiental han evolucionado rápidamente, entre ellos destacan: Innovest (Toronto), SERM (Londres), Risk&OpportunityIntelligence and EnvironmentalAuditors (Londres), Triumvirate Rating System (UK), OkomEnvironmental Rating System (Alemania), The Investor ResponsibilityResearch

Centre (Washington DC), EthicalInvestmentResearchService (Londres), Eco-Rating International (Suiza), Centre for the Study of Financial Innovation (Londres), entre otros.

Conclusión

En conclusión, la experiencia muestra que la banca ha restringido sus operaciones con clientes no ecoeficientes, por varias razones: Deterioro de su capacidad de pago, pérdida de valor de las garantías entregadas al banco, pérdida de imagen. En la actualidad, en varios países la banca presume que una empresa que maneja bien sus asuntos ambientales debe manejar bien el negocio en su conjunto.

El tema ambiental en los negocios ha evolucionado del cumplimiento ecológico para evitar multas (tecnología al final del tubo), hacia tecnologías limpias (rediseño del producto y proceso); ahora, el ambiente es un factor estratégico de la empresa, para asegurar su competitividad en una economía globalizada. Tanto la oferta como la demanda global están marcando la tendencia del comercio convencional, a las nuevas oportunidades que se abren a los eco negocios internacionales, obligando a los nuevos emprendedores en ajustar sus ideas de negocios, a modelos de negocios sustentables en ingresos y con el entorno ambiental.

Referencias bibliográficas

Documental: La Historia de las Cosas con Annie Lennon. Disponible en internet en <http://vimeo.com/22752037>

Artículo publicado por la revista "Calidad y Excelencia", del Centro de Desarrollo Industrial de la Sociedad Nacional de Industrias del Perú. Año 4, Número 16, Lima, Perú.

<http://www.undp.org/>

<http://www.caradvice.com.au/141944/tata-motors-mini-cat-air-car-to-debut-in-2012/>.

RECICLAR PARA GANAR. Con o sin crisis, el reciclaje es el mejor negocio del mundo, en armonía con la naturaleza. TITULO ARTICULO: En el 2009 Nicaragua obtuvo 17.2 millones de dólares con la exportación de chatarra y desechos de papel, plástico, vidrio y cartón. Disponible en internet en <http://www.reciclamos.org/>.

<http://www.indexmundi.com/>

<http://www.biodisel.com/>

Interplásticos de Colombia. Disponible en internet en la página web <http://interplasticoscolombia.com.co/>.

Artículo "Europa, un continente que prefiere consumir ecológico". Se encuentra disponible en internet en <http://www.ecolife.co/>

